

ABSTRAK

Strategi Promosi dan Pelayanan Islami dalam Meningkatkan Pendapatan Geslim (Generasi Muslim) Resto di Sumenep

Manajemen pemasaran merupakan proses penetapan tujuan pemasaran bagi suatu organisasi. Salah satunya mengenai strategi promosi. Promosi yang dilakukan oleh produsen untuk memikat konsumen dalam meningkatkan pendapatan mereka antara lain periklanan, *sales promotion*, dan publisitas. Selain dari promosi kualitas layanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Adapun kualitas layanan dapat diukur dengan 5 (lima) dimensi layanan yaitu sebagai berikut: keandalan (*reliability*), kecekatan tanggapan (*responsiveness*), jaminan kepastian (*assurance*), empati (*emphaty*), dan keberwujudan (*tangible*).

Metode penelitian yang digunakan dalam penenilitian ini merupakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan jenis penelitian lapangan. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan tiga pendekatan yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa berbagai strategi promosi dalam meningkatkan pendapatan resto dengan menerapkan berbagai cara yaitu dengan memanfaatkan media sosial seperti internet, *instagram* dan *facebook* dengan membuka fanspage, dan menyebarkan beberapa brosur. Pelayanan konsumen dalam meningkatkan pendapatan resto dengan menerapkan berbagai dimensi pelayanan, seperti keandalan, kecekatan tanggapan, jaminan kepastian, empati dan keberwujudan. Strategi promosi dan pelayanan islami dalam meningkatkan pendapatan resto menetapkan berbagai prinsip syariah yaitu kegiatan promosi yang dilakukan jujur dalam menginformasikan produknya tanpa menggunakan sumpah-sumpah, serta pelayanan konsumen yang menerapkan etika berbisnis dengan memperhatikan kejujuran, keramah-tamahan, dan mnerapkan prinsip bisnis Islami dalam bentuk nilai-nilai shiddiq, amanah, fathanah, dan tabligh

Kata kunci: Promosi, Pelayanan, Pendapatan.

ABSTRACT

Islamic Promotion the Service Strategy in Increasing the Income of Geslim (Generasi Muslim) Resto in Sumenep

Marketing management is the process of establishing marketing goals for an organization. On the them is about promotion strategies. Promotions carried out by producers to attarct consumers in increasing their income include advertising, sales promotion, and publicity. Apart from the promotion of service quality is very influential on consumer satisfaction. The service quality can be measured by 5 (five) service dimensions, namely as follows: reliability, responsiveness, assurance, emphaty, and tangible.

The research is a descriptive qualitative research method with a type of field research. The method of collecting data in this study using interview methods and documentation. The data analysis technique uses three approaches, namely data reduction, data prsentation and conclusion drawing.

The result showed that various promotional strategies in increasing restaurant revenue by applying various methods, namely by utilizing social media such as the internet, instagram, and facebook by opening fanspage, and distribusing several brochures. Consumer service in increasing restaurant revenue by applying various dimensions of service, such as reliability, responsiveness, assurance of certainty, emphaty and realization. The promotion and islamic service strategy in increasing restauran revenue sets various sharia principles, namely promotional activities carried out honestly in informing their products without using oaths, as well as customer services that implement business ethics by paying attention to honesty, hospitality, and applying islamic business principles in the form of values of siddiq, trust, fathanah, and tabligh.

Keywords : Promotion, Service, Income.